

**MODEL MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH
FUNDRAISING WAKAF
(YAYASAN PONDOK PESANTREN AS-SALAM, DS. ARYA
KEMUNING, KEC. BARONG TONGKOK, KAB. KUTAI
BARAT, KALIMANTAN TIMUR)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Malang
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S-1)

Oleh:

**NUR KHOLIFAH
NIM. 201410510311006**



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2018**

LEMBAR PENGESAHAN


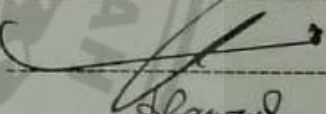
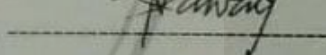
SKRIPSI

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Malang
Dan diterima untuk memenuhi persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)
Pada Tanggal: 19 Juli 2018

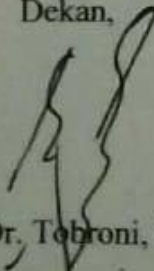
Dewan Penguji

1. Arfida Boedirochminarni, MS
2. Moch. Novi Rifai, SHI., MA
3. Drs. Muhammad Syarif, M.Ag
4. Mawaddah Warokhmah, SE, MM

Tanda Tangan

1. 
2. _____
3. 
4. 

Mengesahkan,
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Malang
Dekan,



Prof. Dr. Tohroni, M.Si

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran ALLAH SWT beserta junjungan besar Nabi Muhammad SAW, atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Model Manajemen Pemasaran Syariah *Fundraising* Wakaf (Yayasan Pondok Pesantren As-Salam, Ds. Arya Kemuning, Kec. Barong-Tongkok, Kab. Kutai Barat, Kalimantan Timur). Adapun penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar kesarjanaan di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Malang.

Dengan segala kerendahan dan hati, penulis menyadari sepenuhnya akan kemampuan dan kekurangan dalam mengadakan penyusunan dan penelitian karya ilmiah ini. Penulis banyak mendapat bantuan, dukungan, serta petunjuk dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. H. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Tobroni, M.Si selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
3. Azhar Muttaqin, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Arfida Boedirochminarni, MS selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar memberikan saran dan kritik, serta telah membimbing penulis dalam menyusun karya ilmiah ini.
5. Moch. Novi Rifa'i, SHI., MA selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan saran dan kritik, serta telah membimbing penulis dalam menyusun karya ilmiah ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ekonomi Syariah yang telah mendidik dan memberikan pengetahuan kepada penulis selama di bangku kuliah.
7. Seluruh staf dan karyawan di sekretariat jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Malang.
8. Seluruh pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan doa tulus yang dapat penulis persembahkan. Semoga segala yang telah mereka berikan kepada penulis sebagai ibadah yang tiada ternilai.

Penulis menyadari bahwa dalam karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Malang, 25 Juli 2018

Nur Kholifah





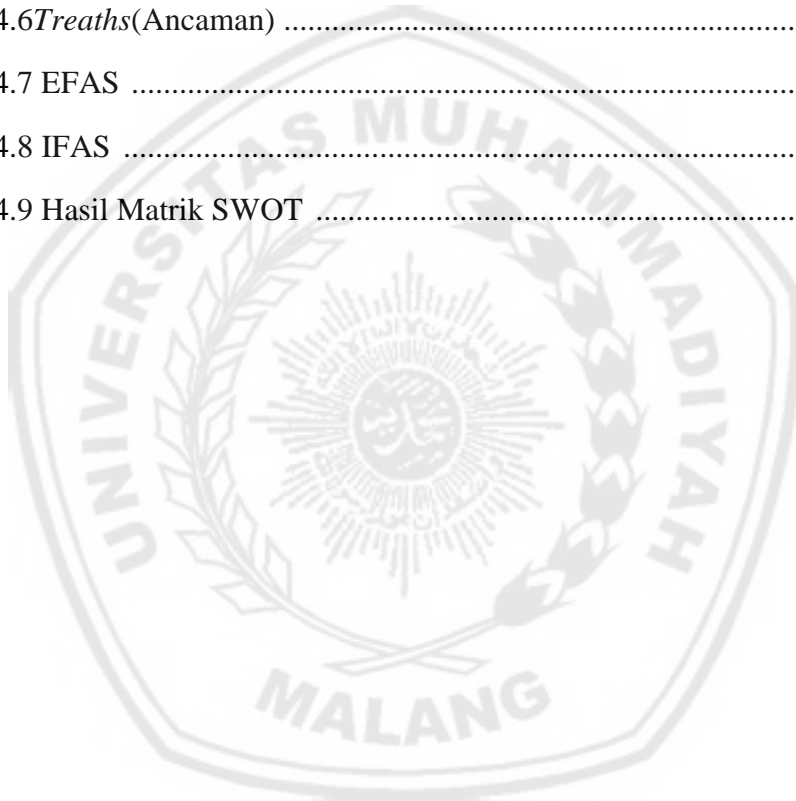
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Landasan Teori	12
1. Model	12
2. Manajemen Pemasaran Syariah	13
3. Pengertian dan Ruang Lingkup <i>Fundraising</i>	18
4. Tujuan <i>Fundraising</i>	19

5. Model <i>Fundraising</i>	21
6. Pengertian, Syarat, dan Rukun Wakaf	22
7. Undang-Undang Wakaf	24
C. Kerangka Pikir	52
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	54
B. Sumber Data	55
C. Metode Pengambilan Sampel	56
D. Teknik Pengumpulan Data	56
E. Metode Analisa Data	57
F. Definisi Operasional Variabel	61
BAB IV HASIL PENELITIAN	63
A. Latar Belakang Objek Penelitian	63
1. Sejarah Yayasan Pondok Pesantren As-Salam	63
2. Visi dan Misi	64
3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	65
4. Program Yayasan	70
5. <i>Fundraising</i> Wakaf	70
6. Donatur <i>Fundraising</i> Wakaf	73
7. Penanggung Jawab <i>Fundraising</i> Wakaf	73
B. Penyajian dan Analisis Data	74
1. Metode Deskriptif	74
2. Metode Kuantitatif	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matrik SWOT	60
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner	77
Tabel 4.3 <i>Strenghts</i> (Kekuatan)	78
Tabel 4.4 <i>Opportunities</i> (Peluang)	79
Tabel 4.5 <i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	80
Tabel 4.6 <i>Treaths</i> (Ancaman)	81
Tabel 4.7 EFAS	83
Tabel 4.8 IFAS	85
Tabel 4.9 Hasil Matrik SWOT	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kegiatan Pokok Manajemen	15
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	53
Gambar 4.3 Logo Yayasan Pondok Pesantren As-Salam	64
Gambar 4.4 Struktur Organisasi	65
Gambar 4.5 Proses <i>Fundrasing</i> Wakaf	89



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	85
Lampiran 2 Wawancara	86
Lampiran 3 Data Responden	87
Lampiran 4 Gambar	91



Daftar Pustaka

- Afifah, N. (2011). *Strategi fundarising program pemberdayaan ekonomi (senyum mandiri) pada Rumah zakat*.
- Ali, Mohammad D.(1988).*Sistem Ekonomi Islam Zakat dan Wakaf*. Jakarta: UI-Press.
- Al-Qur'an, "Tentang Wakaf", QS. Ali Imran (3): 92.
- Cholid, Narbuko. (1997). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih diantara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fauziyah, N. S. (2017). *Pengembangan Pengelolaan Wakaf di Pondok Pesantren Husnul Khotimah dan Dampaknya bagi Pembangunan Pendidikan di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia.
- Fuad, M., dkk.(2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Halim, Abdul. (2005). *Hukum Perwakafan di Indonesia*. Ciputat: Ciputat Press.
- Hasan, Iqbal. (2002). *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Huda, Miftahul. (2012). Model Manajemen Fundraising Wakaf pada Yayasan Dana Sosial al-Falah Surabaya. *Justitia Islamica*, Vol. 9, No. 2.
- Irfan, Maulana.*Komunikasi Pemasaran Organisasi Sosial*. Diakses pada tanggal 7 Mei 2018 dari [<http://kesos.unpad.ac.id/2011/09/27/komunikasi-pemasaran-organisasi-sosial>]
- Jatmiko. (2003). *Manajemen Stratejik*. Malang: UMM Press.
- Manzilati, Asfi. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Putu, Gde. (2017). *Model Konseptual Pengembangan Produk Pembelajaran Berdasarkan Teknik Evaluasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lastri, S. (2015). Manajemen Fundraising LSM dalam Mendukung Pendanaan dan Keberlanjutan Organisasi (Study Kasus Pada LSM Marifad Banda Aceh)". *Jurnal Akuntansi Muhammadiyah*, 3(2).

- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purwaningtiyas. (2009). *Strategi Pemasaran dalam Islam*. Surabaya: UIN Surabaya.
- Ridwan, Murtadho. (2016). Analisis Model Fundraising dan Distribusi Dana ZIS di UPZ Desa Wonoketingal Karangayar Demak. Sekolah Tinggi Negeri Islam (STAIN) Kudus. *Jurnal Penelitian*, Vol. 10, No. 2.
- Rivai, Veithzal. (2013). *Islamic Manajement: Meraih Sukses melalui Praktik Manajemen Gaya Rasulullah secara Istiqamah*. Yogyakarta: BPFE.
- Rouf, Hamid. (2007, Februari). *Model Pendidikan Formal di Pesantren (Studi Yayasan Raden Jafar Shodiq dan Yayasan Islam Sunan Giri Tulungagung*. Tesis Magister Kebijakan dan Pengembangan Pendidikan Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Rozalinda. (2015). *Manajemen Wakaf produktif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Setiawan, Conny. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Simamora, Bilson. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramdeia Pustaka Utama.
- Suhendi, Hendi. (2013). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sutojo, Siswanto. (1988). *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: P.T. Dharma Aksara Perkasa.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf, diakses pada tanggal 24 Juli 2018 dari [<https://kemenag.go.id>]
- Waters, R. D. (2008). Applying relationship management theory to the fundraising process for individual donors. *Journal of Communication Management*, 12(1), 73-87.
- Wikipedia, diakses pada tanggal 15 Juli 2018 dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Model>.